

BRUZZ

Brussels is capital

**Werkingsprogramma
2026**



BRUZZ Werkingprogramma 2026

Inhoudstafel

1.	Inleiding.....	3
2.	Strategische doelstellingen	4
3.	Operationele doelstellingen en actiepunten	5
	SD 1. BRUZZ is een moderne, relevante en toonaangevende Nederlandstalige mediagroep in een diverse hoofdstad. Ze is de referentie voor kwaliteitsvol en betrouwbaar nieuws over Brussel, met een focus op Nederlandstaligen en oog voor de dynamiek van Brussel als wereldstad.....	5
	SD 2. BRUZZ versterkt haar verbindende rol in de Brusselse context. Ze bouwt bruggen binnen de Vlaamse, Nederlandstalige gemeenschap en reikt vanuit die basis de hand naar de brede stedelijke diversiteit via toegankelijke en positieve Nederlandstalige journalistiek die fungeert als venster en spiegel van de stad.....	13
	SD 3. BRUZZ bouwt een toekomstgericht en innovatief mediamodel uit. Ze ontwikkelt een performante, digitale en innovatieve mediamix met nieuwe formats die kunnen inspelen op veranderend mediagebruik.....	16
	SD 4. BRUZZ integreert AI in de inhoudelijke en productionele werking en stelt een AI-charter op als transparante leidraad. BRUZZ wapent zich in de strijd tegen desinformatie en deepfake.	21
	SD 5. BRUZZ bouwt haar merk verder uit als een betrouwbare partner voor publiek, middenveld, adverteerders en andere stakeholders, met oog voor commerciële en alternatieve financieringsmogelijkheden.....	24
	SD 6. BRUZZ verankert journalistieke, sociale en ecologische duurzaamheid in haar organisatie, met bijzondere aandacht voor ethiek, betrouwbaarheid en menselijke waarden.....	27
4.	Key Performance Indicatoren (KPI's).....	31
5.	Budget 2026	32

1. Inleiding

2026 wordt een scharnierjaar voor BRUZZ. Het mediagebruik verschuift snel naar digitaal, video, audio en sociale media, terwijl de Brusselse context complex blijft. In combinatie met een verlaagde financiële enveloppe dwingt dit BRUZZ tot scherpe keuzes. Het werkingsprogramma 2026 zet daarom in op focus, efficiëntie en uitvoering: het eerste jaar waarin de transformatie van het beleidsplan 2026–2030 concreet vorm krijgt.

In 2026 starten we met de bouw van het nieuwe digitale platform dat de kern van de toekomstige BRUZZ-ervaring wordt. Het vormt een centrale toegangspoort voor nieuws, cultuur, video, audio en jongerenformats, en legt de basis voor een efficiënte workflow en data-gestuurde werking. Parallel verschuiven we de focus van lineaire televisie naar digitale videoproductie. Studio-uitzendingen worden afgebouwd, terwijl we meer inzetten op korte en middellange videoformats voor online en sociale media.

Ook de voorbereidingen voor het nieuwe distributiemodel van BRUZZ Magazine worden in 2026 uitgevoerd. We werken aan een uitgebreid netwerk van gratis distributiepunten en schakelen over naar betaalde postabonnementen, zodat het magazine zijn rol als premium longread behoudt binnen een financieel haalbaar kader.

Kwaliteit, onafhankelijkheid en onpartijdigheid blijven een structurele garantie. In 2026 implementeren we versterkte kwaliteitsbewaking, transparantere rapportering en interne opleidingen rond diversiteit, ethiek en verantwoord gebruik van AI. Deze maatregelen versterken het vertrouwen in BRUZZ als onafhankelijke stadsjournalistieke referentie.

Organisatorisch is 2026 een jaar van aanpassing. In onze personeelswerking hechten we in toenemende mate belang aan sterke digitale competenties. De flexibele schil wordt efficiënter ingezet en we behouden onze rol als incubator voor jong en divers talent. Digitale vaardigheden, videostorytelling, data-analyse en crossmediale productie worden belangrijke pijlers in opleiding en dagelijkse werking.

De financiële realiteit blijft uitdagend. De combinatie van lagere subsidies, druk op advertentie-inkomsten en dalende distributievergoedingen verplicht BRUZZ tot strenger prioriteren: investeren in digitaal, besparen op klassieke kanalen en producties met te beperkte return, en nieuwe inkomstenmodellen ontwikkelen via partnerships en video-advertising. Efficiëntie – via digitale workflows, AI, hergebruik van content en organisatievernieuwing – wordt structureel ingebouwd.

Tot slot versterkt BRUZZ in 2026 haar governance. Het bestuur wordt compacter en slagvaardiger, met duidelijke rollen en regelmatige evaluaties. Daarmee ondersteunen we een organisatie die professioneel, wendbaar en strategisch kan sturen, met blijvende garantie van redactionele autonomie.

Het werkingsprogramma 2026 legt zo het fundament voor een digitale, efficiënte en duurzame toekomst. Met minder middelen maar heldere prioriteiten bouwt BRUZZ verder aan zijn rol als betrouwbaar journalistiek stadsmerk dat Brussel duidt, verbindt en zichtbaar maakt voor Nederlandstaligen, Brusselaars en Vlaanderen.

2. Strategische doelstellingen

Het voorliggende werkingsprogramma volgt de indeling van het Beleidsplan 2026-2030, met strategische doelstellingen (die hieronder hernomen worden) en daaraan gekoppelde operationele doelstellingen.

1. BRUZZ is een moderne, relevante en toonaangevende Nederlandstalige mediagroep in een diverse hoofdstad. Ze is de referentie voor kwaliteitsvol en betrouwbaar nieuws over Brussel, met een focus op Nederlandstaligen en oog voor de dynamiek van Brussel als wereldstad.
2. BRUZZ versterkt haar verbindende rol in de Brusselse context. Ze bouwt bruggen binnen de Vlaamse, Nederlandstalige gemeenschap en reikt vanuit die basis de hand naar de brede stedelijke diversiteit via toegankelijke en positieve Nederlandstalige journalistiek die fungeert als venster en spiegel van de stad.
3. BRUZZ bouwt een toekomstgericht en innovatief mediamodel uit. Ze ontwikkelt een performante, digitale en innovatieve mediamix met nieuwe formats die inspelen op veranderend mediagebruik.
4. BRUZZ stelt een AI-charter op als transparante leidraad om AI in de inhoudelijk en productionele werking te integreren. BRUZZ wapent zich in de strijd tegen desinformatie en deepfake.
5. BRUZZ bouwt haar merk verder uit als een betrouwbare partner voor publiek, middenveld, adverteerders en andere stakeholders, met oog voor commerciële en alternatieve financieringsmogelijkheden.
6. BRUZZ verankert journalistieke, sociale en ecologische duurzaamheid in haar beleid, met bijzondere aandacht voor ethiek, betrouwbaarheid en menselijke waarden in een tijd van AI en desinformatie.

3. Operationele doelstellingen en actiepunten

Aan elke strategische doelstellingen (SD) zijn een aantal operationele doelstellingen (OD) en bijbehorende actiepunten verbonden. We focussen in dit Werkingsprogramma op de actiepunten voor 2026.

SD 1. BRUZZ is een moderne, relevante en toonaangevende Nederlandstalige mediagroep in een diverse hoofdstad. Ze is de referentie voor kwaliteitsvol en betrouwbaar nieuws over Brussel, met een focus op Nederlandstaligen en oog voor de dynamiek van Brussel als wereldstad.

OD 1. BRUZZ ontwikkelt onafhankelijk de redactionele lijnen die de stad in zijn geheel vatten

Journalistieke kwaliteit blijft de kern van BRUZZ. In een tijdperk waarin fake news, desinformatie en polarisering de publieke sfeer domineren, is de nood aan betrouwbare, onafhankelijke en toegankelijke stadsjournalistiek groter dan ooit. BRUZZ heeft als enige structureel verankerde Nederlandstalige mediagroep in Brussel de verantwoordelijkheid en de unieke positie om die rol te vervullen.

Net zoals BRUZZ staat Brussel voor cruciale jaren. De snel evoluerende mediawereld en de komst van AI hebben een onmiddellijke en massieve impact op een mediagroep als BRUZZ. Maar de snel veranderende wereldorde heeft dat evenzeer op een stad als Brussel. Brussel is een wereldstad, met de zetel van de NAVO, de Europese Unie, de Belgische, Brusselse en Vlaamse regeringen. Het is ook een stad die de littekens draagt van verwoestende aanslagen, net zoals Parijs, Londen, Madrid en New York. Dát is de arena waarin BRUZZ opereert, dat is het kader waarbinnen onze journalistieke opdracht zich moet openbaren: groeien tot een referentie voor onafhankelijke, kwalitatieve en betrouwbare berichtgeving over Brussel, met een focus op Nederlandstaligen maar oog voor de veelvormigheid van de stad in zijn geheel.

In dat kader stelt BRUZZ fundamentele vragen die raken aan de leefbaarheid en toekomst van de stad: Wordt Brussel dermate bestuurd dat het zijn rol als hoofdstad en wereldstad waarmaakt? Is de stad veilig genoeg? Is ze duurzaam? Krijgt het gewest de financiën op orde? Staat de mobiliteit op punt? Dient ze het economisch weefsel? Geeft ze voldoende kansen aan jong talent? Hoe functioneert het migratie- en integratiebeleid? En wat biedt de stad op cultureel, toeristisch en gastronomisch vlak? Het zijn vragen die niet alleen de politiek, maar ook de Brusselaars zelf bezighouden – en waarop BRUZZ antwoorden zoekt via onafhankelijke, diverse en kwaliteitsvolle journalistiek.

Dossiers

Het versterken van de kwaliteit betekent dat BRUZZ investeert in dieptejournalistiek en dossiers die verder gaan dan het nieuws van de dag. De stad verandert razendsnel en BRUZZ wil een gids zijn die nuance en context biedt. Journalistieke onafhankelijkheid garandeert dat de berichtgeving betrouwbaar is, los van politieke of commerciële belangen.

BRUZZ doet dat in het Nederlands. De redactionele werking is volledig Nederlandstalig. Anderstalige elementen — zoals ondertiteling of korte kaders — worden enkel ondersteunend gebruikt om anderstaligen te leiden naar de Vlaamse gemeenschap in Brussel en daarbuiten.

Daarnaast moet de redactie meerstemmig en representatief zijn voor de diversiteit van Brussel. Alleen zo kan BRUZZ verhalen brengen die aansluiten bij de leefwereld van alle Brusselaars en tegelijkertijd de band met de Nederlandstalige gemeenschap versterken.

In het voorjaar van 2026 zet BRUZZ voluit in op de verdere versterking van zijn dossierjournalistiek. In nauwe samenwerking met de redactie en de redactieraad worden een aantal grote, maatschappelijke en journalistieke dossiers vastgelegd die bepalend zijn voor het leven in Brussel. Thema's als politiek, veiligheid en justitie, mobiliteit, duurzaamheid, economie en cultuur vormen daarbij het vertrekpunt. Voor elk van deze dossiers worden journalisten expliciet toegewezen, zodat expertise kan worden opgebouwd en verhalen met kennis van zaken kunnen worden gebracht.

Samen met de redactieraad wordt bovendien een doordachte inhoudelijke mix uitgewerkt die ervoor zorgt dat BRUZZ scherp en alert blijft voor wat leeft bij Nederlandstaligen in Brussel en voor hun rol en aanwezigheid in het publieke, economische en culturele weefsel van de stad. De dagelijkse, snelle nieuwsstroom blijft daarbij essentieel, maar wordt consequent ondersteund door extra duiding, context en verdieping.

BRUZZ engageert zich om jaarlijks minstens twee grootschalige onderzoeksprojecten te realiseren. Die onderzoeks dossiers worden uitgewerkt in samenwerking met externe partners of academische instellingen en dragen bij aan diepgravende, onafhankelijke journalistiek die het Brusselse debat verrijkt en versterkt.

Datajournalistiek

BRUZZ heeft in 2025 de eerste stappen gezet in het integreren van datajournalistiek als essentieel onderdeel van zijn journalistieke repertoire, met nieuwsverhalen die via interactieve kaarten, grafieken en visuele weergaven op een toegankelijke manier inzicht geven in complexe feiten en contexten. In 2026 willen we deze inspanning niet alleen verder uitbouwen, maar ook sterker inzetten op wat je in het Engels zou noemen *investigative data journalism* – een vorm van onderzoeksjournalistiek waarbij data-analyse en diepgang centraal staan. Dit gaat verder dan het visualiseren van data: het betekent data gebruiken om verborgen patronen, structurele problemen of systemische kwesties bloot te leggen en zo verhalen met impact te vertellen die voortkomen uit de data zelf.

Bij BRUZZ betekent dit dat we datajournalistiek nog meer verankeren in onze redactionele strategie: niet alleen door data interactief en visueel aantrekkelijk te presenteren, maar ook door datasets te analyseren, te bevragen en te combineren met klassiek journalistiek werk. We zien data als een bron voor diepgaand onderzoek, die – in combinatie met veldwerk en gesprekken met bronnen – kan helpen om belangen, trends en maatschappelijke patronen bloot te leggen die anders onzichtbaar zouden blijven voor ons publiek.

Door deze aanpak versterken we niet alleen de inhoudelijke kwaliteit van onze verhalen, maar bouwen we tevens aan een format dat ons in staat stelt om onderzoeksjournalistiek met een stevige data-component te ontwikkelen. Dit is een natuurlijke voortzetting van onze aanpak om nieuws visueel aantrekkelijk te maken, en tegelijk een ambitieuze stap vooruit in de manier waarop BRUZZ verhalen zoekt, ontdekt en vertelt voor een breed en kritisch publiek.

Redactionele onafhankelijkheid

BRUZZ blijft resoluut inzetten op het waarborgen en versterken van zijn redactionele onafhankelijkheid. Dit zit structureel verankerd in de werking doorheen heel het werkingsjaar 2026. De werking van de redactieraad wordt verder geïntensifieerd, met een duidelijke rol als waakhond over de journalistieke autonomie en de kwaliteit van de berichtgeving. Zo wordt een stevig intern kader gecreëerd waarin redactionele keuzes transparant, gedragen en onafhankelijk tot stand komen.

BRUZZ bewaakt ook strikt de scheiding tussen redactionele inhoud enerzijds en commerciële of politieke communicatie anderzijds. Die heldere grens is een essentiële voorwaarde voor betrouwbare journalistiek en vormt een fundament van het vertrouwen dat het publiek in BRUZZ stelt.

Taalcharter

Het taalcharter van BRUZZ wordt herzien en expliciet verankerd in de dagelijkse redactionele werking. Daarbij wordt vertrokken vanuit de rol van BRUZZ als Vlaamse, Nederlandstalige stadsmediagroep in een grootstedelijke context waarin de Vlaamse gemeenschap een culturele en taalkundige minderheid vormt. Het taalcharter fungeert zo als richtinggevend instrument dat zowel de journalistieke kwaliteit als de maatschappelijke opdracht van BRUZZ onderstreept.

Diversiteit en representativiteit

Vanaf het najaar van 2026 zet BRUZZ een duidelijke en duurzame beweging in rond diversiteit en representativiteit. Deze aanpak wordt opgevat als een work-in-progress die zich uitstrekt over de volledige beleidsperiode en die verankerd wordt in de redactionele en organisatorische werking van de organisatie.

BRUZZ engageert zich om gericht te rekruteren en actief op zoek te gaan naar journalisten en talentvolle makers met diverse achtergronden, die elk vanuit hun eigen perspectief bijdragen aan een rijkere en meerstemmige berichtgeving over Brussel. Zo weerspiegelt de redactie steeds beter de superdiverse realiteit van de stad waarvoor en waarover zij bericht.

Daarnaast bouwt BRUZZ structurele samenwerkingen uit met Brusselse hogescholen en opleidingen journalistiek. Via stages en traineeships krijgen jonge talenten de kans om praktijkervaring op te doen binnen een professionele nieuwscontext, terwijl BRUZZ tegelijk investeert in duurzame talentontwikkeling en in een bredere instroom naar de redactie.

Nieuwe formats

Vanaf het najaar van 2026 investeert BRUZZ gericht in de ontwikkeling van kwaliteitsvolle formats die de journalistieke meerwaarde versterken en inspelen op veranderende mediagebruiken. Deze inzet wordt opgevat als een work-in-progress die zich over de volledige beleidsperiode uitstrekt en die ruimte laat voor experiment, evaluatie en bijsturing.

BRUZZ zet daarbij systematisch in op explainers, longreads, podcasts en videoreeksen die complexe thema's helder, toegankelijk en aantrekkelijk maken voor een breed publiek. Door verdieping te combineren met een duidelijke vertelvorm, krijgen lezers, kijkers en luisteraars houvast bij maatschappelijke en stedelijke vraagstukken.

Daarnaast ontwikkelt BRUZZ crossmediale dossiers waarin één centraal thema gelijktijdig wordt belicht via print, audio, video en online. Door de sterktes van elk platform optimaal te benutten,

ontstaan coherente en herkenbare verhalen die het publiek meenemen, informeren en engageren, en die de rol van BRUZZ als toonaangevende Brusselse stadsmediagroep verder versterken.

OD 2. BRUZZ staat er als de actualiteit en de gebeurtenissen in de stad dat vragen

Een van de grootste sterktes van BRUZZ is haar unieke positie: de enige mediagroep die consequent Brussel en de Vlaamse aanwezigheid bestrijkt en bevraagt. BRUZZ wil alle relevante verhalen in dit kapitale Brussel brengen en duiden, en aanwezig zijn in de stad wanneer de actualiteit zich er afspeelt.

Via onze inhoudelijke mix bekrachtigen we onze journalistieke identiteit en maatschappelijke betrokkenheid. BRUZZ belicht alles wat er in Brussel speelt: de donkere en rauwe kanten, maar ook de lichtpuntjes. We tonen tegenstellingen en weerhaken, telkens vertrekkend vanuit het menselijke kapitaal dat de stad rijk is.

De komende vijf jaar zal BRUZZ nadrukkelijker live aanwezig zijn in de stad. Niet alleen op grote evenementen zoals de 11 juli-viering, die een speerpunt blijft, maar ook flexibel op relevante gebeurtenissen binnen de grote redactionele lijnen. Persconferenties, politieke ontwikkelingen en justitiële zaken zullen in toenemende mate live worden uitgezonden.

Versterking centrale redactie

Vanaf 2026 zet BRUZZ in op een versterking van de centrale redactionele aansturing en op een scherpere bewaking van de inhoudelijke mix. Zo wordt er gericht gestuurd op samenhang, prioriteiten en evenwicht in de berichtgeving, met oog voor zowel het dagelijkse nieuws als voor verdieping, context en dossierwerking.

Tegelijk wordt de redactiestructuur verder geïntensiveerd met als duidelijke ambitie om journalisten vaker en gericht de stad in te sturen. BRUZZ investeert daarbij in de nodige technische middelen en opleidingen, zodat redacteurs en makers optimaal uitgerust zijn om verhalen op het terrein te capteren en te brengen, in al hun Brusselse gelaagdheid.

Daarnaast bouwt BRUZZ aan een inhoudelijk netwerk van tipgevers en stakeholders dat actief wordt ontwikkeld en onderhouden. Dit netwerk, diep verankerd in de Brusselse wijken en gemeenschappen, moet de redactie voeden met relevante signalen, ideeën en verhalen die anders onder de radar dreigen te blijven. Zo versterkt BRUZZ zijn voeling met de stad en zijn rol als nabije, betrouwbare stadsmediagroep.

OD 3. BRUZZ slaat met haar verslaggeving de brug naar Vlaanderen en de wereld, zowel inhoudelijk als productioneel

Waar nationale mediagroepen vaak afhaken, duidt BRUZZ de realiteit van Brussel aan Vlaanderen en de wereld. Daarmee is BRUZZ tegelijk de stem van de Vlaamse Brusselaar en van iedereen die zich verbonden voelt met de Vlaamse Gemeenschap in de hoofdstad.

BRUZZ houdt de vinger aan de pols van wat er leeft binnen de Vlaamse Gemeenschap in Brussel en probeert zowel Brusselaars als Vlamingen actief te betrekken. Zo maakt BRUZZ de complexiteit van de stad inzichtelijk en helpt Vlaanderen en de wereld Brussel beter begrijpen.

Om die waardevolle content optimaal te verspreiden, gaat BRUZZ structurele partnerships aan binnen Brussel en richting Vlaanderen, zowel inhoudelijk als productioneel. BRUZZ positioneert zich zo als vertrouwde partner voor instellingen, media en gemeenschapsorganisaties.

BRUZZ zet in op een verdere intensifiëring van de samenwerking met de VRT, zowel op inhoudelijk, productioneel als technologisch vlak. In 2026 wordt, in samenspraak met het kabinet, een eerste duidelijke brug geslagen om de samenwerking structureler en toekomstgerichter te organiseren. Die versterkte samenwerking moet leiden tot efficiëntere productieprocessen, gedeelde expertise en een grotere journalistieke slagkracht rond Brusselse thema's.

Vanaf 2027 wil BRUZZ zijn rol binnen het Vlaamse medialandschap verder uitbouwen door relevante Brusselse content actief aan te bieden aan nationale en regionale mediaspelers in Vlaanderen. Daarbij profileert BRUZZ zich nadrukkelijk als productionele hub voor nationale en regionale media bij grote gebeurtenissen in Brussel. Dankzij zijn lokale verankering, journalistieke expertise en productiecapaciteit kan BRUZZ snel, betrouwbaar en kwalitatief ondersteunen bij nieuws- en duidingsmomenten met een bovenlokale impact.

OD 4. BRUZZ brengt nieuws voor iedereen, en zet haar kanalen in om iedereen die geïnteresseerd is in Brussel te bedienen

BRUZZ heeft een publieke opdracht en wil met gratis toegankelijke content een zo breed mogelijk publiek bereiken, ongeacht sociale of demografische kenmerken. Iedereen die interesse heeft in Brussel – bewoners, pendelaars, studenten, bezoekers en Vlamingen die de Brusselse actualiteit volgen – behoort tot de doelgroep.

Om die brede opdracht concreet te maken, werkt BRUZZ met een doelgroepenpolitiek waarbij elke doelgroep via de meest geschikte kanalen wordt aangesproken. Elk medium speelt zijn eigen rol, en samen vormen ze een geïntegreerde mediamix.

Brede doelgroep: 'BRUZZ brengt nieuws voor iedereen die in Brussel is geïnteresseerd'

- Digitale platformen (website & app): dagelijks nieuws, duiding en service-informatie via tekst, video en audio
- Video: samenvattende uitzendingen voor zowel lineaire televisie als digitaal
- Audio: focus op de stad en de Brusselse muziekszene tijdens de spitsuren, ontwikkeling van digitale audio-on-demand
- Magazine: premium longreads, culturele agenda, stadsdossiers

Jongeren en studenten (9–30)

- Socials (TikTok, Instagram, WhatsApp, YouTube): snelle formats, explainers, stadsverhalen.
- Audio: jong, urban, hele frisse blik op de stad, aandacht voor de Brusselse muziekszene, artiesten en podia, personality. Ontwikkelen van digitale audio-formats, vervelling tot podcast-strategie
- Events: laagdrempelige cultuur- en muziekinitiatieven
- Digitaal platform: video-first en mobiel geoptimaliseerd
- BRUZZ Ket als aparte omgeving online en op sociale media voor jongeren van 9 tot 13 (en hun leerkrachten, ouders of begeleiders)

Oudere, 'klassieke' mediagebruikers ('65+)

- Lineaire video en analoge audio blijven aanbieden zolang dit gevraagd wordt
- Digitaal platform: duidelijke structuur, helder en toegankelijk taalgebruik
- Magazine: breed en drempelloos blijven aanbieden

Anderstalige Brusselaars

- Digitale platformen (app, website): waar nodig korte anderstalige duiding of ondertitels, context in eenvoudig Nederlands.
- Ondertiteling: door gerichte, heldere ondertiteling van het video-aanbod ontsluiten we het video-aanbod
- Oefenkansen: door helder taalgebruik bieden we anderstaligen kansen en opportuniteiten om hun Nederlands te oefenen (zie ook SD2 OD2)

Vlamingen buiten Brussel

- Magazine (Select + dossiers): brug tussen Brussel en Vlaanderen.
- Digitale platformen: thematische dossiers die context geven bij Brusselse realiteit.
- Samenwerkingen met Vlaamse media: BRUZZ als bron en hub voor Brussel-gerelateerde content.

Pendelaars en bezoekers

- Digitale platformen & socials: praktische info, cultuur en toeristische highlights.
- Events: zichtbaarheid en participatie bij stedelijke initiatieven.
- Magazine: Door de gratis distributie van het BRUZZ magazine in de stad bieden we bezoekers en pendelaars de gelegenheid het magazine op te pikken en mee naar huis te nemen

Acties

Met het oog op de lancering van het digitale platform in april 2027 zet BRUZZ vanaf 2026 gerichte stappen om zijn digitale strategie inhoudelijk en organisatorisch voor te bereiden. Deze acties vormen de basis voor een doordachte, toekomstgerichte aanpak waarbij publieksbereik en maatschappelijke relevantie centraal staan.

Voor elke doelgroep wordt een duidelijke kanaalstrategie vastgelegd, die jaarlijks wordt geëvalueerd en bijgestuurd in functie van veranderende mediagewoonten en noden. Parallel daaraan ontwikkelt BRUZZ doelgroep-specifieke formats die inhoudelijk en vormelijk aansluiten bij de leefwereld van verschillende publieken, zonder in te boeten aan journalistieke kwaliteit.

Om het overzicht en de balans te bewaren, wordt een centrale contentkalender opgesteld die waakt over de evenwichtige spreiding van content over doelgroepen en kanalen. Daarnaast gaat BRUZZ gerichte samenwerkingen aan met organisaties die een directe toegang hebben tot specifieke doelgroepen, zoals hogescholen, cultuurhuizen, gemeenschapscentra en toeristische partners. Zo wordt het bereik van relevante content op een duurzame manier versterkt.

Tot slot wordt het bereik en de interactie per doelgroep systematisch gemonitord. Op basis van deze inzichten kan de mediamix flexibel worden bijgestuurd, zodat BRUZZ ook in een snel evoluerend digitaal landschap maximaal relevant en impactvol blijft.

OD 5. BRUZZ schrijft een nieuw kwaliteitscharter om het niveau van haar verslaggeving heel hoog te leggen, en de strijd aan te gaan tegen desinformatie en deepfake.

Om haar rol als betrouwbare referentie in Brussel en Vlaanderen te versterken, schrijft BRUZZ een vernieuwd kwaliteitscharter dat een antwoord biedt op de uitdagingen van de digitale en AI-gedreven nieuwscontext. Waar het huidige charter (2022) de nadruk legt op nauwkeurigheid, onpartijdigheid en transparantie, zal het nieuwe charter verder gaan door expliciet de strijd aan te gaan tegen desinformatie, manipulatieve beeldvorming en deepfake-technologie.

BRUZZ zal zich daarvoor, zoals in het verleden, baseren op de deontologische code van de Vlaamse Vereniging voor Journalisten (VVJ), European Federation for Journalists en de International Federation for Journalists.

BRUZZ wil hiermee niet alleen haar journalistieke geloofwaardigheid bestendigen, maar ook een voorbeeld stellen voor kwaliteitsjournalistiek in een tijdperk van toenemende twijfel en wantrouwen tegenover de media.

Kwaliteitscharter

BRUZZ versterkt in de periode 2026–2030 zijn kwaliteitsbeleid met een samenhangend pakket aan acties dat inzet op betrouwbaarheid, transparantie en toekomstbestendige journalistiek. In het voorjaar van 2026 wordt, onder leiding van de hoofdredactie, een kwaliteitscharter 2026–2030 ontwikkeld. Dit charter komt tot stand met brede input van journalisten, academici – onder meer van de VUB – en gespecialiseerde factcheck-organisaties. Het vormt de basis voor een actualisering van de redactierichtlijnen rond bronnengebruik, transparantie en factchecking, en fungeert als een duidelijk referentiekader voor de dagelijkse redactionele praktijk.

Waarderingsonderzoek

Daarnaast organiseert BRUZZ periodiek een waarderingsonderzoek met bijzondere aandacht voor het publiek vertrouwen en de gepercipieerde (politieke) onafhankelijkheid van de redactie. De eerste aanzet volgt in 2026, met een volledige uitrol vanaf het najaar van 2027. De resultaten van dit onderzoek worden publiek gedeeld en consequent vertaald in concrete verbeteracties, waarover BRUZZ ook transparant rapporteert.

Redactiestatuut

Samen met de redactieraad wordt in het voorjaar van 2026 het redactiestatuut geactualiseerd, met een specifieke focus op het gebruik van artificiële intelligentie en op de strijd tegen deepfakes en desinformatie. In datzelfde kader werkt BRUZZ aan duidelijke AI-richtlijnen die vastleggen hoe AI-tools – zoals tekstgeneratie, beeldanalyse of vertaling – wel en niet worden ingezet. Transparantie tegenover het publiek staat daarbij centraal. De integratie van deze richtlijnen krijgt vorm in het najaar van 2026.

Factchecking

Vanaf 2027 versterkt BRUZZ zijn factchecking-proces verder door interne procedures uit te breiden en samen te werken met externe partners zoals Factcheck.Vlaanderen en EU-gefinancierde projecten rond desinformatie. Naast het monitoren van de eigen content engageert BRUZZ zich om Brusselse desinformatie actief te detecteren en te weerleggen. Parallel wordt gewerkt aan de invoering van een protocol voor deepfake-detectie en beeldauthenticiteit. Dit protocol, waarvoor prospectie en

eerste aanzetten plaatsvinden in 2026–2027, moet elk beeldmateriaal screenen op mogelijke manipulatie en, waar nodig, voorzien van duidelijke waarschuwingen of disclaimers.

Klachtenprocedure

BRUZZ zet in op maximale transparantie en verantwoording tegenover zijn publiek via de uitbouw van een toegankelijke klachten- en feedbackprocedure. Vanaf 2026 kunnen gebruikers eenvoudig opmerkingen of bezorgdheden indienen over de berichtgeving of werking van BRUZZ. Jaarlijks publiceert BRUZZ een rapport met een samenvatting van de ontvangen signalen en de ondernomen acties, als zichtbaar onderdeel van zijn engagement voor kwaliteitsvolle, onafhankelijke en betrouwbare journalistiek.

AI, authenticiteit & Deepfake

In het najaar van 2026 zet BRUZZ een belangrijke stap in de toekomstbestendige redactionele aanpak door de integratie van duidelijke AI-richtlijnen. Die leggen vast hoe AI-tools – zoals tekstgeneratie, beeldanalyse of vertaling – wel en niet ingezet mogen worden, met een expliciete focus op transparantie naar het publiek toe. Zo blijft de journalistieke betrouwbaarheid gewaarborgd, ook in een tijd van snel evoluerende technologie.

Parallel loopt een eerste prospectie voor een protocol rond deepfake-detectie en beeldauthenticiteit, dat wordt uitgerold tussen 2026 en 2027. Elk beeldmateriaal dat BRUZZ gebruikt, wordt hiermee systematisch gescreend op mogelijke manipulatie, en waar nodig voorzien van waarschuwingen of disclaimers. Dit versterkt de integriteit van visuele content en het vertrouwen van het publiek in BRUZZ.

SD 2. BRUZZ versterkt haar verbindende rol in de Brusselse context. Ze bouwt bruggen binnen de Vlaamse, Nederlandstalige gemeenschap en reikt vanuit die basis de hand naar de brede stedelijke diversiteit via toegankelijke en positieve Nederlandstalige journalistiek die fungeert als venster en spiegel van de stad.

BRUZZ is met het dagelijks nieuws uit de stad een referentie en verbindende factor onder Nederlandstaligen en Nederlandskundigen in Brussel.

BRUZZ biedt een venster op wat er gebeurt in onze hoofdstad, en heeft daarbij ook ruim aandacht voor positieve gebeurtenissen en events. De Brusselaar herkent zichzelf ook in het brede inhoudelijke aanbod van BRUZZ, in zoveel mogelijk facetten. Die maatschappelijke rol wil BRUZZ versterken met samenwerkingen en eigen verbindende initiatieven, en zorgt daardoor voor een versterking van de zichtbaarheid van het Nederlands in Brussel.

BRUZZ vervult daarnaast een brugfunctie tussen Brussel en Vlaanderen. Vanuit haar Nederlandstalige verankering maakt BRUZZ het stedelijke leven in Brussel zichtbaar voor een Vlaams publiek en versterkt ze het wederzijds begrip tussen hoofdstad en Vlaanderen. Door verhalen over Vlaams engagement in Brussel te brengen, draagt BRUZZ bij tot de culturele en maatschappelijke verbondenheid binnen de Vlaamse Gemeenschap. Zo blijft BRUZZ een herkenbaar ankerpunt voor Vlamingen die de hoofdstad volgen en opent BRUZZ ook de blik van Brusselaars naar Vlaanderen.

OD 1. BRUZZ richt zich primair op de Nederlandstaligen en zet anderstalige elementen enkel aanvullend en toeleidend in, met als doel anderstaligen naar het Nederlands en het Nederlandstalige sociocultureel weefsel te leiden

BRUZZ is een Nederlandstalig mediaplatform in een grootstedelijke hypermeertalige context.

BRUZZ is onmiskenbaar een Nederlandstalig mediamerk. Het Nederlands is de basistaal in onze volledige werking. Net zoals het Nederlandstalig onderwijs in Brussel, bereikt BRUZZ ook veel Brusselaars met een andere thuistaal dan het Nederlands. Die anders- en meertalige Brusselaars vormen een grote groep binnen ons publiek, dat blijkt uit de tweejaarlijkse bereikstudie.

BRUZZ bereikt een grote groep anderstalige gebruikers. Volgens de Bereikstudie (Ipsos 2024) maken Frans- en anderstalige gebruikers meer dan helft uit van ons bereik. We verwelkomen elke anders- of meertalige lezer, kijker en luisteraar die nieuwsgierig is naar het Nederlands, en zetten anderstalige taalelementen in om die openheid naar de Brusselse taaldiversiteit te onderstrepen.

Actiepunten

- Gebruik van correct, helder en toegankelijk Nederlands, met de inzet van eindredactie om taalfouten te vermijden
- Opzet van een interne leeromgeving op vlak van het Nederlands met regelmatig taaladvies
- Binnen het nieuwsaanbod aandacht voor Nederlandstalige initiatieven in het Brusselse stadsleven – van socioculturele projecten tot lokale handelaars en ondernemers in buurtorganisaties
- Gebruik van Nederlandstalige ondertiteling in video om het digitaal en lineair video-aanbod te ontsluiten

- Gebruik van korte vertalingen of anderstalige introducties bij geschreven teksten
- Gebruik van anderstalige elementen in marketing- en salescommunicatie om het bereik en de impact te verhogen

OD 2. BRUZZ profileert zich als bondgenoot van het Nederlandstalig onderwijs en werkt mee aan het aanbod aan oefenkansen Nederlands in Brussel

BRUZZ biedt een grote rijkdom aan Nederlandstalig audio-, video- en tekstmateriaal dat in vele gevallen interessant oefenmateriaal levert. BRUZZ zet zich in om dat aanbod te ontsluiten naar leerkrachten en studenten Nederlands.

Actiepunten

- In kaart brengen van de Brusselse publieksruimtes waar mensen komen die Nederlands leren
- In samenwerking van het Huis van het Nederlands een brochure ontwikkelen over oefenkansen Nederlands bij BRUZZ
- Communicatie voeren over BRUZZ en BRUZZ Ket naar leerkrachten in het Nederlandstalig onderwijs
- Ondersteuning van het KLIK-project (Klas in de Kijker) in samenwerking met het Onderwijscentrum Brussel

OD 3. BRUZZ stelt zich met participatieve en geïntegreerde acties op als verbindende factor in het Brusselse maatschappelijke en culturele weefsel.

Als journalistieke organisatie verbindt BRUZZ onze gebruikers rond het nieuws en de verhalen uit Brussel. Daarnaast zetten we ook zelf gemeenschapsvormende initiatieven op. De budgettaire context noopt ons echter tot besparingen, en een grondige evaluatie van Brussel Helpt, de jaarlijkse solidariteitsactie van BRUZZ.

Actiepunten

- Participatieve evaluatie van Brussel Helpt en de jaarlijkse fundraising-actie 'De Grootste Spaghettislag ter Wereld'.
- Media-aandacht voor nieuwe verbindende initiatieven vanuit de stad.
- Met de BRUZZ Bus aanwezig zijn op de grote stadsevents: de 20km van Brussel, Couleur Café en de 11 juli-viering.

OD 4. BRUZZ zet samenwerkingen op met Vlaams bestuurde culturele instellingen om relevante initiatieven te detecteren.

BRUZZ brengt in 2026 de relaties met de Brusselse partnershipsorganisaties in kaart, met het oog op dialoog over mogelijke samenwerkingen, op evenementieel of inhoudelijk vlak.

Actiepunten

- Lopende overeenkomsten en contacten met onze partnerorganisaties in kaart brengen en evalueren: Muntpunt, Ancienne Belgique, KVS, Kaaitheater, Bronks, Beursschouwburg... zie ook SD5 OD4

- Installeren van contactmomenten voor een inhoudelijke lange termijn-dialoog

OD 5. BRUZZ zoekt akkoorden om BRUZZ-content via externe kanalen te verspreiden.

BRUZZ wil het nieuws, reportages en culturele verhalen uit Brussel ook via andere media of kanalen beschikbaar te stellen, om nieuwe doelgroepen te bereiken en onze zichtbaarheid te verhogen.

Actiepunten

- Evaluatie van de aanlevering van content aan de platformen van VRT en andere media-spelers, zoals de Vlaamse regionale zenders en BX1
- Aandacht voor technische flows die contentuitwisseling vergemakkelijken bij de voorbereidingen voor de ontwikkeling van het nieuw digitaal platform.
- Crossposten van social media content bij inhoudelijke of evenementiële partnerships

OD 6. BRUZZ zorgt als uitgesproken HUB met Brusselse samenwerkingen en initiatieven voor een representatieve verbinding met onze stad.

BRUZZ zet opnieuw in op het creëren van werkervaringen voor specifieke doelgroepen en vrijwilligersinitiatieven. Ook in 2026 bieden we een begeleid werker met een mentale arbeidsbeperking via een samenwerking met Hubbie (Begeleid wonen en werken in Brussel) een werkervaring bij BRUZZ aan.

De laagdrempeligheid van deze vrijwilligersinitiatieven zorgt ervoor dat we al dan niet inhoudelijke nieuwe netwerken kunnen uitrollen. In 2026 activeren we de samenwerking met Compagnie Cordial. Compagnie Cordial is geen echt interimkantoor maar een sociaal project dat mensen die nieuw zijn in België - in Brussel specifiek inburgeraars - en organisaties samenbrengt via vrijwilligerswerk.

Ook belangrijk blijft de uitbouw van ons netwerk van brugpersonen, Brusselaars die onze representativiteit kunnen versterken en onze kijk kunnen verbreden. Dit vanuit de ambitie het 'ons kent ons' netwerk te overschrijden en (redactionele) blinde vlekken van BRUZZ te proberen verminderen. Meer concreet door de zoektocht naar getuigen en input vanuit de stad structureel te ondersteunen. Deze aanpak is de voorbije jaren succesvol gebleken.

Actiepunten 2026

- Verlenging van de samenwerking met Hubbie
- BRUZZ als HUB naar vrijwilligerswerk samenwerken communiceren,
- Plan van aanpak met Compagnie Cordial expliciteren
- Verspreiding van onze (nieuwe?) infofolder in een geactualiseerd netwerk

SD 3. BRUZZ bouwt een toekomstgericht en innovatief mediamodel uit. Ze ontwikkelt een performante, digitale en innovatieve mediamix met nieuwe formats die kunnen inspelen op veranderend mediagebruik.

OD 1. BRUZZ herdenkt de fundamenteën van haar contentdistributiemodel om in de toekomst relevant en impactvol te blijven en evolueert naar een geïntegreerd digitaal platform met een website en een native app

Om relevant en impactvol te blijven in een snel veranderend medialandschap, herdenkt BRUZZ haar fundamenteën en bouwt een toekomstgericht en innovatief mediamodel: van een klassieke mediagroep naar een geïntegreerd, digital-first platform met een slimme en flexibele mediamix.

Het internationale omgevingsonderzoek van prof Ike Picone (VUB) bij verschillende stedelijke mediagroepen in Europa en daarbuiten benadrukt dwingend en formeel de noodzaak om de mediamix radicaal te herdenken. Niet langer afzonderlijke kanalen, maar een geïntegreerde platformfilosofie: één ecosysteem waarin digitale, lineaire en sociale kanalen elkaar versterken en het publiek centraal staat.

BRUZZ.be groeit uit tot een volledig digitaal platform met een native app als centrale toegangspoort. Vandaag is het mobiel gebruik van onze site/app reeds dominant: 67% smartphone, 30% computer en 3% tablet (Google Analytics 2024).

Het platform wordt het hart van de BRUZZ-mediamix, met vindbaarheid en interactiviteit als kern. Gebruikers moeten er niet alleen nieuws vinden, maar ook audio, video, podcasts, sociale interactie en live streams.

Het vernieuwde **digitale platform** is een uitbouw van de huidige website, gericht op de maximale ontsluiting van de content van BRUZZ, in **tekst, beeld, audio en video**, op de smartphone en op het computerscherm. De content die voor de **sociale media** wordt gemaakt en/of via de sociale media wordt verspreid, leidt maximaal terug naar het digitaal platform.

De klassieke media **magazine** (tekst/beeld), **televisie** (video) en **radio** (audio) geven extra of complementair bereik, in een wisselwerking met het digitaal platform. Ze verdiepen de journalistieke inhoud en leveren nieuws en content terug aan de site. De klassieke media blijven belangrijke pijlers in de mediamix van BRUZZ zolang ze relevant zijn voor de gebruiker, en betaalbaar binnen het budget. Het digitaal platform zal ons toelaten in te grijpen wanneer nodig.

De digitale **gebruikerservaring** wordt radicaal hertekend. Een **native mobile app** vormt het startpunt en brengt video, audio en nieuws samen in een gepersonaliseerde omgeving. Het platform is **video-driven**, omdat beeld steeds belangrijker wordt in de consumptiegewoonten. Video's, podcasts en geschreven nieuws krijgen elk hun plaats, en worden geïntegreerd in een vloeiende digitale ervaring die zich aanpast aan de gebruiker.

De omschakeling gebeurt niet alleen vanuit publieksbehoeften, maar ook vanuit **efficiëntie**. Digitale productie en distributie laten ons toe formats breder te gebruiken, sneller te verspreiden en kosten van klassieke lineaire productie te verlagen. Door content slim te hergebruiken over platformen heen, vermijden we doublures en versterken we onze slagkracht.

BRUZZ bereidt in 2026 de lancering voor van een vernieuwd digitaal platform met een duidelijke app-first strategie. Deze strategie legt de nadruk op personalisatie, relevante notificaties en een gebruiksvriendelijke navigatie, zodat het publiek snel en intuïtief toegang krijgt tot de content die voor hen het belangrijkste is. De ontwikkeling van deze aanpak gebeurt volledig in functie van een lancering in april 2027.

Tegelijk wordt de app gebouwd met het oog op een multidevice toekomst. Naast smartphones is ze compatibel met smart tv's, CarPlay, wearables en andere, nog te ontdekken interfaces die de komende jaren zullen ontstaan. Op die manier verzekert BRUZZ dat het platform niet alleen vandaag, maar ook morgen en overmorgen naadloos aansluit bij de veranderende digitale leefwereld van zijn gebruikers.

OD 2. BRUZZ hervormt het productieapparaat voor video met het oog op de digitale video-first strategie

In 2026 maakt BRUZZ de eerste concrete stappen in de transitie van lineaire televisie naar een **video-first strategie**, met een duidelijke focus op digitale distributie via BRUZZ.be, de app en sociale media. In dit kader worden nieuwe on-demand en deelbare formats ontwikkeld die beter aansluiten bij de consumptiegewoonten van een breed en digitaal publiek. Lineaire televisie blijft behouden zolang de vraag bestaat en het relevantieperspectief wordt gewaarborgd.

Tijdens de aanzet- en testfase in 2026 staan enkele kernacties centraal: de **herorganisatie van de tv-redactie en productie** richting digitale workflows, waardoor het team sneller en flexibeler kan inspelen op digitale behoeftes. Daarnaast wordt de **video-productie heroriënteerd naar een 'one-man-band'-model**, waarbij journalisten en makers zowel opnemen, monteren als publiceren, wat een directe en efficiënte productie van content mogelijk maakt. Tot slot wordt volop ingezet op de **productie van korte en deelbare video's** die specifiek ontworpen zijn voor sociale media zoals TikTok, Instagram en YouTube, zodat Brusselse verhalen snel, toegankelijk en engageerbaar verspreid worden.

OD 3. BRUZZ Audio behoudt zijn focus op jongerenmuziek en stadscultuur, zijn verbindende rol en zijn aandacht voor positieve culturele en socio-economische initiatieven. Op het digitale platform krijgt audio een plaats als belangrijk mediakanaal.

BRUZZ Audio blijft een vertrouwd geluid voor de Brusselaar, maar ondergaat tegelijk een fundamentele vernieuwing. De klassieke FM-programmering behoudt zijn plaats tijdens de spitsuren, waar nieuws, muziek en stadsverhalen samenkomen. Het ochtendblok begint de nieuwsdag, bepaalt de actualiteit van de dag en levert audio voor het platform en de socials. Het avondblok focust op de Brusselse en Belgische muzikscene, en het sociale en culturele leven in de stad. Beide blokken leveren digitale audio-formats aan voor het BRUZZ-platform.

Buiten die blokken verschuift de nadruk naar digitale distributie: podcasts, radio-on-demand en thematische programma's die hun weg vinden naar het platform en de app.

In 2026 transformeert BRUZZ radio tot een **digitale audiosysteem van Brussel**, die relevant blijft voor zowel bestaande als nieuwe generaties luisteraars. Nieuwe formats, ontwikkeld in samenwerking met jonge makers en artiesten, brengen een frisse dynamiek en zetten de Brusselse verhalen en cultuur in de kijker. Door integratie met smart speakers, CarPlay en Spotify blijft BRUZZ digitaal bereikbaar en aantrekkelijk voor een breed publiek.

Tijdens de aanzetfase in 2026 staan enkele belangrijke acties centraal: de **live-programmering in de spitsblokken wordt versterkt** met nieuwe formats en jong talent, terwijl **podcasts rond thema's zoals politiek, cultuur, jongeren en wijken** worden ontwikkeld om het digitale aanbod te verdiepen. Bovendien wordt ingezet op **crosspromotie**, waarbij radio fungeert als ingang naar digitale video's, het magazine en events, en zo de verschillende platformen van BRUZZ met elkaar verbindt.

Daarnaast versterkt BRUZZ de samenwerking met **Brusselse en Vlaamse muziek- en cultuurpartners**, wat bijdraagt aan een rijk en divers audioprogramma. Tot slot wordt een **DAB-traject uitgewerkt** om het bereik van BRUZZ radio te verzekeren in de overgang naar DAB+, zodat de zender ook in de toekomst optimaal toegankelijk blijft voor luisteraars over het hele land.

OD 4. BRUZZ zal digitale en sociale media op twee manieren inzetten. Enerzijds zijn zij de ingangen naar de jongere doelgroepen, anderzijds moeten zij de poorten zijn die de jonge gebruikers naar de andere BRUZZ-kanalen leiden

Sociale media zijn enerzijds de kanalen waar jongeren hun eerste contact met BRUZZ hebben, anderzijds moeten ze doorverwijzen naar het bredere BRUZZ-platform. Ze zijn niet het eindpunt maar een uitnodiging om meer nieuws en content van BRUZZ te consumeren. 'Snackable' formats op TikTok en Instagram, newsalerts op WhatsApp en X, en langere videoformats op Youtube leiden naar de bredere en diepere content op de andere BRUZZ-kanalen.

In 2026 krijgt het jonge en digitale publiek bij BRUZZ nog meer aandacht, met een duidelijke focus op social media. Journalisten en gezichten op social krijgen de ruimte om hun persoonlijkheid te ontwikkelen, waardoor het merk dichterbij het publiek komt te staan. Tegelijk blijft BRUZZ alert voor de snel veranderende trends en ontwikkelingen in mediagebruik op sociale platformen, zodat nieuwe evoluties snel kunnen worden opgepikt en geïntegreerd in contentdistributie en positionering.

Tijdens de aanzetfase in 2026 worden **platform-specifieke formats ontwikkeld**: korte clips voor TikTok, Instagram Reels voor cultuur en lifestyle, en langere video's voor YouTube. Daarnaast wordt ingezet op **community-building via WhatsApp en Messenger**, die als service-kanalen ook de betrokkenheid bij het merk versterken. Social media functioneren bovendien als **doorgeefluik naar BRUZZ.be, podcasts, radio, tv en magazine**, zodat alle platformen elkaar ondersteunen en versterken. Tot slot krijgen journalisten **trainingen in social storytelling en nieuwe formats**, zodat ze de digitale contentstrategie professioneel en creatief kunnen vormgeven.

OD 5. BRUZZ Magazine houdt zijn strategische rol als inhoudelijk, impactvol en spraakmakend weekblad en krijgt een nieuw distributiemodel om de economische leefbaarheid te vrijwaren.

Het magazine blijft strategisch belangrijk als spraakmakend en verdiepend medium. Het blijft een essentieel onderdeel van de BRUZZ-ervaring en positioneert zich nadrukkelijk enerzijds als premiumproduct, anderzijds als een kanaal voor de oudere mediaconsument.

Het is de plek voor longreads, onderzoek dossiers en diepgravende cultuurreportages, een papieren rustpunt in een digitale wereld, waar desinformatie en AI een zware druk leggen op de betrouwbaarheid van mediakanalen.

Het magazine is eentalig Nederlands en bevestigt zo de positionering van BRUZZ als Nederlandstalig stadsmedium. Korte anderstalige elementen, zoals korte samenvattingen, zullen worden ingezet

wanneer zij de brugfunctie van BRUZZ versterken en anderstalige lezers uitnodigen om het Nederlandstalige artikel te lezen.

Vanaf 1 januari 2027 verandert de distributiestrategie van BRUZZ Magazine ingrijpend. Door de stijgende kosten van verzending via de post wordt de klassieke strategie van gratis abonnementen losgelaten. In 2026 start BRUZZ daarom een **voorbereidingstraject voor een nieuw distributiemodel**. In dit model blijft het magazine gratis beschikbaar, maar is het te verkrijgen via een **uitgebreid netwerk van distributiepunten** in Brussel. Wie het magazine thuis per post (of via een andere bezorgdienst) wil ontvangen, betaalt een bijdrage aan de verdeelkost, zoals reeds gebruikelijk is in Vlaanderen. Tegelijkertijd wordt het aantal exemplaren en distributieadressen uitgebreid, zodat het bereik van het magazine optimaal blijft.

De kern van het magazine blijft stevig verankerd in **diepgravende journalistiek en dossiers**, terwijl de content ook integraal wordt verbonden met BRUZZ.be en de app. Zo versterken print en digitaal elkaar en ontstaat een coherente, multimediale ervaring.

Concreet omvat het voorbereidingstraject in 2026 onder andere:

- **Vernieuwing van contracten:** het contract met de MIVB voor displays in de metro-stations (februari 2026), evenals de lopende contracten met drukkerij en verzendcentrum.
- **Analyse en uitbreiding van distributie:** evaluatie van het huidige netwerk voor losse distributie en ontwikkeling van een plan tot uitbreiding, inclusief overleg met distributiepartners.
- **Selectie van partners:** keuze van een partner voor de distributie van abonnementen in Brussel en Vlaanderen, en van een partner voor beheer, opvolging en acquisitie van betalende abonnees, inclusief voorbereiding van de migratie naar een nieuw abonnementensysteem.
- **Marketing en communicatie:** ontwikkeling van een marketingplan en gerichte samenwerkingen om specifieke doelgroepen, zoals ouderen en leerkrachten, makkelijker toegang te geven tot het magazine via gratis levering of abonnement.
- **Commercieel beleid:** ontwikkeling van communicatie en advertentiebeleid in lijn met SD5 OD4, om het magazine financieel duurzaam te maken en tegelijk relevante partnerschappen te versterken.

Zo combineert BRUZZ een **breder bereik en toegankelijkheid** met een financieel houdbare aanpak, terwijl de journalistieke kwaliteit en de multimediale integratie behouden blijven.

OD 6. BRUZZ zorgt voor een eigentijds, flexibel en betrouwbaar technologisch productie-apparaat ten dienste van de veranderende mediaconsumptie

Een performante en betrouwbare technologische basis is essentieel. BRUZZ moet beschikken over een flexibel productieapparaat dat inspeelt op nieuwe mediaconsumptie en digital-first workflows.

Centraal staat de uitbouw van een API-first architectuur waarin alle content – tekst, audio, video en metadata – centraal wordt beheerd en flexibel kan worden uitgerold naar elk kanaal: de app, de website, smart tv, sociale media en toekomstige interfaces die vandaag nog niet bestaan. Deze aanpak garandeert dat BRUZZ wendbaar blijft in een onvoorspelbaar medialandschap.

In 2026 maakt BRUZZ de eerste concrete stappen richting een **futureproof Content Management Platform (CMP)**, dat het klassieke CMS vervangt. In dit nieuwe platform wordt multimodale input en output de standaard, waardoor redacteurs en freelancers eenvoudig content kunnen aanleveren, bewerken en verspreiden over verschillende kanalen en formats. Het CMP maakt efficiënte,

crossmediale productie mogelijk en ondersteunt een naadloze integratie tussen print, audio, video en online.

De aanzetfase omvat onder andere:

- **Investerings in cloud-based newsroom workflows** en tools voor crossmediale productie, zodat teams flexibel en locatie-onafhankelijk kunnen werken.
- **Upgrades van radio- en videostudio's** voor flexibel gebruik en efficiënte productie van verschillende contentvormen.
- **Uitrol van AI-tools** voor archiefbeheer, automatische ondertiteling en contentdistributie, waardoor tijdrovende processen geautomatiseerd worden en de journalistieke output wordt versterkt.
- **Onderzoek naar werkruimten**, met bijzondere aandacht voor samenwerking, creativiteit en publieksinteractie, zodat de fysieke en digitale werkomgeving optimaal aansluit bij de noden van de redactie.

Zo legt BRUZZ in 2026 het fundament voor een toekomstgerichte, efficiënte en digitale newsroom die klaar is om multimediale content op een slimme en geïntegreerde manier aan te bieden.

SD 4. BRUZZ integreert AI in de inhoudelijke en productionele werking en stelt een AI-charter op als transparante leidraad. BRUZZ wapent zich in de strijd tegen desinformatie en deepfake.

De digitale transformatie plaatst kunstmatige intelligentie (AI) centraal in de toekomst van de media. BRUZZ wil niet experimenteren met AI, maar deze technologie structureel en verantwoord integreren in haar inhoudelijke en productionele werking. AI moet een **ondersteunend instrument** zijn dat de journalistieke creativiteit en integriteit versterkt, nooit een vervanger van de redactionele verantwoordelijkheid.

Artificiële intelligentie wordt een belangrijke versneller, maar altijd in dienst van de redactie en onder transparante voorwaarden. AI maakt dat routinetaken zoals vertaling, ondertiteling, transcriptie en headlines efficiënter verlopen, zodat journalisten zich kunnen focussen op inhoud en analyse.

Daarnaast wordt AI ingezet om anderstaligen naar de Nederlandstalige content toe te leiden. Kerncontent kan automatisch samengevat en vertaald worden, waarna kwaliteitscontrole door redacteurs de betrouwbaarheid verzekert. Zo bereikt BRUZZ een breder publiek, zonder zijn Nederlandstalige kernopdracht uit het oog te verliezen.

Tegelijk vormt de opkomst van AI ook een bedreiging: desinformatie, manipulatieve content en deepfakes ondermijnen vertrouwen in de media. Daarom stelt BRUZZ een AI-charter op als transparante leidraad voor gebruik, en engageert zich actief in de strijd tegen misbruik van AI in de publieke ruimte.

OD 1. BRUZZ zal AI gebruiken voor efficiëntere cross-mediale productie, research en content-diversifiëring.

In 2026 zet BRUZZ gericht **AI-tools** in om de journalistieke productie te versterken, de kwaliteit te verhogen en waar mogelijk de efficiëntie en kosten te verbeteren. De technologie wordt gebruikt als een hulpmiddel dat redacteurs en makers ondersteunt, zonder de redactionele onafhankelijkheid of creativiteit aan te tasten.

Concreet omvat de aanzetfase:

- **Crossmediale productie:** AI wordt ingezet voor automatische transcripties, ondertiteling en vertalingen, waardoor content sneller en in meerdere vormen beschikbaar komt voor het publiek.
- **Research:** AI-tools ondersteunen bij data-analyse, archiefonderzoek en trenddetectie, zodat journalisten sneller relevante inzichten en verhalen kunnen vinden en verwerken.

Op deze manier combineert BRUZZ technologische innovatie met kwaliteitsvolle journalistiek, zodat het platform zowel efficiënt als inhoudelijk sterk blijft.

OD 2. BRUZZ stelt een AI-charter op dat haarscherp stelt op welke manier de redactie AI zal gebruiken. Het gebruik van AI wordt transparant aan lezer, surfer, kijker en luisteraar gemeld.

Net zoals BRUZZ in 2026–2030 een nieuw kwaliteitscharter schrijft, komt er een **AI-charter** dat haarscherp vastlegt:

- **Waarvoor AI wel wordt gebruikt** (transcriptie, vertaling, research, archivering, data-analyse, distributie-optimalisatie).
- **Waarvoor AI niet wordt gebruikt** (onbegeleide nieuwsproductie, deepfake-beeld, manipulatieve headlines).
- **Transparantie naar het publiek:** elke keer wanneer AI zichtbaar wordt ingezet in content, wordt dit vermeld.
- **Menselijke eindredactie:** journalistieke verantwoordelijkheid ligt altijd bij mensen.

Best practices waarop BRUZZ zich kan inspireren:

- **BBC:** gebruikt AI voor metadata en archiefbeheer, maar verbiedt AI-gegenereerde nieuwscontent zonder menselijke controle.
- **New York Times:** verbiedt AI-tools die auteursrechten schenden; gebruikt AI enkel ondersteunend.
- **Reuters Institute:** adviseert om AI-toepassingen steeds publiekelijk te verantwoorden en jaarlijks te evalueren.
- **ARD/ZDF (Duitsland):** ontwikkelden een “AI-Ethik Kodex” met nadruk op menselijke eindredactie en controle.

OD 3. BRUZZ is een leeromgeving waar talenten groeien en waar kennis en ervaring worden gedeeld en versterkt met AI-tools.

Gedurende 2026 bereiden we ons actief voor op de grote digitale omkanteling die gepland staat vanaf het najaar. We zetten vooral in op opleidingen rond digitale videoformats en andere digitale vaardigheden. Dat doen we via een doordacht opleidingsplan met duidelijke leerpaden, zowel op teamniveau als individueel. Dit plan maakt het mogelijk om medewerkers interne en externe opleidingen te laten volgen die hen klaarstomen voor de digitale toekomst.

Verder stimuleren we een open houding tegenover AI en digitalisering binnen BRUZZ. In 2026 onderzoeken we verder welke AI-tools we veilig, vertrouwelijk en efficiënt kunnen gebruiken in onze dagelijkse werking. Dit gebeurt steeds in nauw overleg met de redactie en de redactieraad, zodat de tools echt inspelen op de noden van onze journalistieke praktijk.

We blijven daarnaast investeren in onze sterke samenwerking met de VRT. Ook in 2026 neemt BRUZZ opnieuw deel aan de leerweken van de openbare omroep, waardoor onze medewerkers toegang blijven hebben tot een breed en kwaliteitsvol opleidingsaanbod.

Actiepunten 2026:

- Opleidingsaanbod 2026: we bouwen aan het jaarlijks opleidingsplan, zowel op organisatie- als op individueel niveau

- BRUZZ Academy: in 2026 voorzien we een aantal leer- en ontwikkelinitiatieven waarbij de focus ligt op AI-integratie in de dagelijkse werking, digitale vaardigheden en videoformats in 2026 en redactiesysteem Storiez
- Partnerschap met VRT: BRUZZ blijft structureel deel uitmaken van de VRT-leerweken. Deze samenwerking garandeert ons een extra toegang tot een relevant, actueel en kwalitatief opleidingsaanbod.

SD 5. BRUZZ bouwt haar merk verder uit als een betrouwbare partner voor publiek, middenveld, adverteerders en andere stakeholders, met oog voor commerciële en alternatieve financieringsmogelijkheden.

OD1. BRUZZ investeert in marketing voor naambekendheid, bereik, verbinding en aansluiting bij moeilijk(er) te bereiken doelgroepen.

BRUZZ is een sterk merk met een hoge naambekendheid (78% van de Nederlandstaligen en 48% van de Frans- en anderstaligen in Brussel en de rand, BRUZZ Bereikstudie). Die naambekendheid is uniek voor een Nederlandstalig merk in de hyperdiverse grootstedelijke Brusselse context, en vraagt een continue inzet op de zichtbaarheid van het merk, en op het bereik van onze content.

- Redactiemarketing: promotie van één contentstuk per week via sociale media, met vooraf bepaalde doelgroepen
- Redactiemarketing: in samenspraak met de redactie promotie voeren voor specifieke redactionele initiatieven (bvb BRUZZ Podcast, crossmediale dossiers,...)
- Visibiliteit: aanwezig zijn in de stad met de BRUZZ Bus op de 20km van Brussel, Couleur Café, 11 juli en andere muziek- en stadsevents
- Branding en uitstraling Brussel: publicatie en verdeling van de BRUZZ Guide, met nieuwe en leuke te ontdekken adressen in Brussel (met commerciële sponsor)
- Naambekendheid: campagne rond 10 jaar BRUZZ in eigen en externe media (via partnerships)
- Promotie BRUZZ Ket
- Promotie BRUZZ bij anderstaligen die Nederlands leren: ontwikkeling brochure 'Oefenkansen Nederlands'

OD 2. BRUZZ gaat partnerships aan met voornamelijk Nederlandstalige organisaties met het oog op visibiliteit en verbinding.

BRUZZ onderhoudt samenwerkingen met Brussels partnerorganisaties voor overleg en samenwerking. In 2026 brengen we de lopende samenwerkingen in kaart, en vernieuwen we de dialoog met Munpunt en Het Huis van het Nederlands.

Actiepunten

- Evaluatie en onderhoud van de structurele (ruil)overeenkomsten met de Nederlands-Brusselse cultuurhuizen (zie ook SD5 OD5) met het oog op visibiliteit voor BRUZZ
- Beheer wedstrijden: aanbod van gratis cultuurtickets (voor lezers en luisteraars)
- Opstellen van een jaarplan van events voor aanwezigheid met de BRUZZ Bus
- Samenwerking met Brussels Volkstejoêter en Zinnema voor de 'Soirée Merci' van Brussel Helpt
- Samenwerking met de Vaartkapoen in Molenbeek voor 'BRUZZ INVITES', een concert- en DJ-avond, met commerciële partner
- Samenwerking met Brusselse concert- en festivalorganisatoren op vlak van programmatie, om visibiliteit te creëren voor de BRUZZ dj's.
- Overleg met Ancienne Belgique met het oog op een nieuwe samenwerking in hun nieuw gebouw

- Aangaan mediapartnerships (bvb De Standaard) voor de campagne rond 10 jaar BRUZZ

OD 3. BRUZZ meet en monitort haar impact op kwantitatief en kwalitatief vlak

BRUZZ heeft voor de nieuwe beleidsperiode een heldere set cijfermatige KPI's vastgelegd op vlak van bereik (kwantiteit) en de kwalitatieve beleving van haar merk en media.

Voor de bereikmeting van de klassieke media print, radio en televisie beroept BRUZZ zich op de eigen bereikstudie, die in 2027 en 2029 zal worden uitgevoerd. De bereikstudie wordt uitgevoerd door een extern onderzoeksbureau, dat wordt aangewezen met een tenderprocedure (in 2026). Daarnaast is BRUZZ aangesloten bij de CIM Persstudie voor de bereikcijfers van het weekblad BRUZZ Magazine

Daarnaast neemt BRUZZ mee aan de jaarlijkse bevraging van de Vlaamse regionale zenders (NORtv) die peilt naar de tevredenheid over het nieuwsaanbod (op de televisiezender). Ook volgt BRUZZ de evoluties op vlak van het sectorinitiatief XMP (crossmediaal meetsysteem).

Actiepunten

- Opvolging en interne rapportering van de digitale bereikcijfers vanuit Google Analytics en Meta in een maandelijks dashboard
- Tenderprocedure voor de aanwijzing van een onderzoeksbureau voor de bereikstudie
- Deelname aan de CIM Persstudie, voor het nationale bereik van het magazine en het profiel van de magazinelezers
- Deelname aan de jaarlijkse bevraging van NORtv over de kwaliteit van het nieuwsaanbod van de regionale zenders
- Opvolging van sectorinitiatieven op vlak van research, zoals het crossmediaal meetsysteem

OD 4. BRUZZ zoekt inkomsten uit publiciteit en implementeert nieuwe advertentieformules, met respect voor de kwalitatieve uitstraling van onze media en zonder marktverstorend te werken

Het salesbudget 2026 (991.000 euro) is het resultaat van een evenwichtsoefening tussen een voorziene inkomstendaling en de ambitie van initiatieven om de advertentie-omzet te doen groeien.

In 2026 wordt onder meer het label BRUZZ Select geschrapt, en ook het maandelijks cultuurmagazine. We houden rekening met een omzetverlies op print, dat we grotendeels compenseren met andere initiatieven en op andere kanalen.

We zien ruimte voor een indexatie van de printtarieven (2,5%) en hogere pakkettarieven voor online. De tarieven voor radio en televisie blijven stabiel omwille van concurrentiële redenen.

BRUZZ zal zich met salesacties en nieuwe formules positioneren als een efficiënt en impactvol communicatiekanaal. In het voorjaar zetten we een *top topical*-actie op naar aanleiding van de 10^{de} verjaardag van BRUZZ. Een *top topical* is een advertentie waarvan de inhoud verwijst naar een actuele gebeurtenis, in deze de verjaardag van BRUZZ. Alle adverteerders zullen worden uitgenodigd om een speciale advertentie te maken voor BRUZZ, en krijgen in ruil een extra voordelig tarief.

Op vlak van vernieuwing binnen het advertentie-aanbod leggen we de focus op digitale video (preroll) en online publireportages (in combinatie met print).

De cultuursector verliest met het maandelijkse cultuurmagazine Select een interessant, drietalig communicatiemedium. Twee keer per jaar publiceren we alsnog een cultuurspecial met tips voor het komend cultuurseizoen, en voor de cultuurhuizen ruimte om via advertenties hun programma bekend te maken.

In 2026 zullen we ook de nieuwe commerciële politiek en de B2B-communicatiecampagne voor het nieuwe distributieplan en de gewijzigde oplage van BRUZZ Magazine (in 2027) voorbereiden en opstarten.

Actiepunten

- Tariefstijging (2,5%) voor de printadvertenties
- Grotere pakketten voor online banner-advertising
- Twee cultuurspecials om (gedeeltelijk) het verlies van het Select Magazine te compenseren
- Top topical-salesactie naar aanleiding van de 10^{de} verjaardag van BRUZZ
- Ontwikkeling van **nieuwe advertentieformats**:
 - Uitbreiding van het online advertentie-aanbod op vlak van **video** (preroll)
 - Ontwikkeling van het eigen **publireportage**-aanbod op vlak van 'native advertising', dat tegemoetkomt aan de adverteerdersbehoefte aan 'storytelling'
- Voorbereiding van de commerciële politiek van BRUZZ Magazine in 2027
- Heldere en toegankelijke **communicatie** van advertentietarieven en -mogelijkheden
- PR-momenten en gerichte B2B-communicatie (newsletter) om BRUZZ op de radar te zetten als dynamisch advertentie-medium
- Talentontwikkeling binnen het salesteam

OD 5. BRUZZ faciliteert de communicatie en de advertentiecampagnes van Nederlandstalige organisaties in Brussel.

BRUZZ geeft Brusselse organisaties advies bij het opstellen van een mediaplan (bij BRUZZ) , via persoonlijk contact en offertes op maat. We ontwikkelen een commerciële politiek op maat van de communicatiebehoeften van de partners, met speciale kortingen of ruilovereenkomsten.

Actiepunten

- Ontwikkeling en/of update van heldere en makkelijke toegankelijke advertentie-informatie via de website
- Ontwikkeling van een handleiding voor het schrijven van een persbericht
- Aanbod van en advies bij de productie van advertentiemateriaal voor communicatie via BRUZZ (publireportage, radiospot)
- Organisatie van een seminarie voor adverteerders met als thema: efficiënt en impactvol communiceren op de radio

SD 6. BRUZZ verankert journalistieke, sociale en ecologische duurzaamheid in haar organisatie, met bijzondere aandacht voor ethiek, betrouwbaarheid en menselijke waarden

De omslag naar een digital-first mediagroep vraagt ook een duidelijke koers in ons HR-beleid. BRUZZ kiest voor vernieuwing met de bestaande ploeg als fundament, desnoods aangevuld met gerichte aanwervingen in digitale en innovatieve profielen. We investeren structureel in opleiding en coaching, zodat medewerkers digitale en crossmediale vaardigheden ontwikkelen en ervaren collega's jong talent kunnen begeleiden. BRUZZ gelooft in een redactie waar uiteenlopende visies, ervaringen en achtergronden samenkomen. Het nastreven van die meerstemmigheid staat centraal in onze aanwervingen en organisatiecultuur. Tot slot combineren we een vaste kernploeg met een flexibele schil van freelancers en stagiairs, zodat we wendbaar blijven, pieken kunnen opvangen en nieuw talent kansen geven – steeds binnen een realistisch budgettair kader.

OD 1. BRUZZ hanteert een duurzaam en wendbaar organisatiemodel dat ruimte biedt voor opleiding, talentontwikkeling en verbinding.

In 2026 zal het gekende duurzaam en wendbaar organisatiemodel van BRUZZ ten volle worden benut voor de aankomende veranderingentrajecten. BRUZZ blijft hiervoor de kracht van vaste medewerkers en freelancers combineren. Deze synergie vergroot de flexibiliteit en versterkt de inhoudelijke diversiteit van onze werking.

Talentontwikkeling blijft in 2026 een hoeksteen van ons HR-beleid. Ze zorgt ervoor dat medewerkers over de juiste competenties beschikken om mee te evolueren in een snel veranderende mediacontext. In 2026 ligt die op het aanleren van nieuwe werkmethoden, versterkt door geïntegreerde AI-tools om onze digitale switch voor te bereiden en waar te maken.

We versterken onze begeleidingstrajecten met coaching, gerichte bijscholing en regelmatige reflectiemomenten met de teamlead en HR. Zo krijgt elke medewerker een duidelijk groeipad binnen BRUZZ.

Ondanks het wegvallen van de projectcontracten bij BRUZZ zullen we binnen een strakker kader toch nog ruimte kunnen voorzien voor de uitrol van thematische projecten en dossiers. Onze ervaren journalisten en onze starters kunnen hiervoor samen ingezet worden.

Zo kunnen we ons leeftijdsbewust personeelsbeleid onder meer vormgeven in 2026: inzetten op het langer en betekenisvol inzetten van oudere medewerkers, gecombineerd met het aantrekken van jong talent en digital natives. Deze mix van ervaring en vernieuwing vormt de basis voor een toekomstgerichte en veerkrachtige organisatie.

De besparingsmaatregelen van eind 2025 zorgen ervoor dat we als groep door een moeilijke periode moeten. Daarom blijft het belangrijk om op regelmatige tijdstippen overlegmomenten met de medewerkers te behouden en het overleg met de redactieraad, de interne preventieadviseur en de vertrouwenspersoon te blijven garanderen.

Actiepunten 2026

- Hybride organisatiestructuur met vaste medewerkers en freelancers
- Jobcoaching en loopbaanbegeleiding

- Intergenerationeel samenwerken via crossmediale dossiers en thematische projecten
- Overlegmomenten met medewerkers, IPA & vertrouwenspersoon en redactieraad

OD 2. BRUZZ streeft naar een verhoging van de representativiteit van de grootstedelijke context binnen haar werkomgeving.

BRUZZ ziet diversiteit niet als doel op zich, maar als een noodzakelijke voorwaarde voor meerstemmige, geloofwaardige en maatschappelijk relevante journalistiek. Daarom bouwen we aan een redactie en organisatie waar uiteenlopende professionele achtergronden, ervaringen en opinies samenkomen.

Onze interne werkgroep DIR (Diversiteit, inclusie en representativiteit) blijft fungeren als denktank en speelt een sleutelrol in het:

- voeden van onze redactionele keuzes met aandacht voor de Brusselse realiteit;
- versterken van inclusieve praktijken in aanwerving, onboarding en begeleiding;
- bewaken van onze connectie met de maatschappelijke realiteit van Brussel.

Daarom zal BRUZZ ook in 2026 samenwerken met sociale instellingen en lokale initiatieven om verbonden te blijven met het Brusselse weefsel (Huis van het Nederlands, Muntpunt, Actiris, Bruxeo/BON).

Actiepunten 2026:

- **Redactionele meerstemmigheid versterken**
- **Inclusieve werkcultuur:** via trainingen door en voor DIR die bijdragen aan een inclusieve en eerlijke werkomgeving
- **Diversifiëren van wervingsstrategieën:** we analyseren onze aanwervingskanalen, kijken waar verbetering mogelijk is en vragen indien nodig externe hulp om deze te verbeteren.

OD 3. BRUZZ gaat samenwerkingen aan zodat Brusselse studenten en jongeren (werk)kansen krijgen om hun talenten te ontwikkelen.

BRUZZ wil een springplank zijn voor creatief en jong talent in Brussel door Brusselse studenten en jongeren kansen te geven om hun talenten te ontdekken en te ontwikkelen.

Via een sterke stagewerking zorgen we dat stagiairs intensief begeleid worden, en koppelen we hen aan concrete projecten binnen BRUZZ. We blijven daarom ons netwerk met Brusselse en mediagerichte onderwijsinstellingen omarmen.

Door ook in te zetten op studentenjobs bieden we jongeren de kans om op een flexibele manier ervaring op te doen.

Omdat we niet alleen instroom maar ook doorgroei belangrijk vinden, bouwen we een talentenpool uit van sterke stagiairs en freelancers die we actief betrekken bij toekomstige projecten en vacatures. Zo levert BRUZZ een duurzame bijdrage leveren aan de ontwikkeling van jong en lokaal talent in Brussel.

Actiepunten 2026:

- **Open huis voor creatief Brussels talent:** met rondleidingen bij BRUZZ, al dan niet met workshops waarbij jongeren ideeën kunnen pitchen en met de avondwerking van DJ's
- **Stage- en werkbegeleiding** van (Brusselse) studenten en jongeren
- Aanbieden van **studentenjobs**
- **Doorgroeikansen voor pas afgestudeerde stagiairs:** BRUZZ houdt een database bij van talentvolle stagiairs en freelancers, zodat ze eerste keuze zijn bij openstaande vacatures.

OD 4. BRUZZ stelt duurzaamheid centraal op vlak van organisatiecultuur, tewerkstelling, financieel beleid en aankoopbeleid.

Het is onze taak als organisatie om toekomstgericht mee te evolueren en een stevig fundament te bouwen voor de uitdagingen van de komende jaren.

Onze volle aandacht moet de komende maanden gaan naar het **begeleiden en ondersteunen** van onze ploeg in het **veranderingstraject** zoals uitgeschreven in het beleidsplan. Onze medewerkers staan centraal in dit veranderingstraject.

Evenzeer is het onze verantwoordelijkheid om een **gezond en sterk verankerd personeelsbeleid** te kunnen garanderen die de organisatorische verschuivingen en uitdagingen van de komende 5 jaar zal kunnen opvangen. Een vast personeelsbestand is niet altijd de meest kostenefficiënte oplossing. Daarom blijven we kiezen voor een gezonde mix van vaste en flexibele medewerkers. Deze **wisselwerking met onze freelancers**, het faciliteren van verschillende vormen van tijdscrediet of arbeidsduur, de zoektocht naar **alternatieve tewerkstellingsmaatregelen** en het beleid rond pensioengerechtigde collega's moeten deze stabiliteit garanderen.

Actiepunten 2026:

- Garanderen van een stabiel personeelskader en een **budgettair haalbaar loonbeleid**, in balans met de economische realiteit
- **Flexibele en realistische tewerkstelling:** combinatie van een **vaste kernploeg** met een **flexibele schil** van freelancers, tijdelijke contracten en alternatieve tewerkstellingsvormen.
- Faciliteren van **tijdscrediet, deeltijdse tewerkstelling en aangepaste loopbaanpaden**, o.a. voor oudere werknemers.

OD 5. BRUZZ werkt volgens de principes van behoorlijk bestuur.

Wij houden onze governance-praktijk opnieuw tegen het licht in functie van goed bestuur. Daarbij staan transparantie, rolafbakening en evaluatie centraal. Zo onderzoeken we de samenstelling en werking van het bestuursorgaan en de algemene vergadering, met aandacht voor representativiteit, slagkracht en onafhankelijkheid. We bouwen systematische evaluaties in, zowel van het bestuursorgaan zelf (zelfevaluatie) als van de algemeen directeur en het directieteam. Ook onboarding van nieuwe bestuurders, een duidelijke rolafbakening tussen bestuur en directie en het gebruik van profielenraster bij benoemingen maken deel uit van dit traject. Het doel is een bestuur

dat wendbaar, efficiënt en collectief verantwoordelijk is, en dat de redactionele autonomie van BRUZZ waarborgt.

Naast de versterking van de bestuursstructuur verankert BRUZZ ook een duurzaam en transparant financieel beheer. Het financieel beheer gebeurt momenteel met ondersteuning van een externe partner (The House of Support) en binnen een duidelijk systeem van functiescheiding. Het betalingsproces verloopt volgens een gestructureerde procedure waarbij meerdere personen betrokken zijn: een uitvoerend profiel dat de facturen boekt, goedkeuring door teamleads of directieleden, en finale validatie van betalingen door de financieel manager en de dagelijks bestuurder (a.i.). De opmaak en opvolging van het budget gebeuren in nauwe samenwerking met de directieleden, die elk verantwoordelijkheid dragen voor hun eigen werkingsbudget. Dit zorgt voor meer inzicht, nauwkeurigere cijfers en gedeeld eigenaarschap over het geheel. Budget en financiële rapportering worden systematisch geagendeerd op de vergaderingen van het bestuursorgaan, eventueel na voorafgaande bespreking in het auditcomité. Dankzij deze aanpak ontstaat een sluitende controleketen en een duidelijke afbakening tussen beleid, uitvoering en toezicht. BRUZZ zal bij de start van de nieuwe beleidsperiode de invulling van de financiële functie opnieuw evalueren, met oog op verdere efficiëntiewinst, maar steeds met betrouwbare en transparante cijfers als eerste criterium.

Actiepunten 2026:

- Aanpassing intern reglement en statuten, rekening houdend met volgende principes:
 - kleiner Bestuursorgaan (BO) en kleinere Algemene Vergadering, met transparante verdeling tussen politiek voorgedragen en onafhankelijken
 - bestuursmandaten van 5 jaar
 - omvorming van auditcomité tot een audit- en remuneratiecomité
 - jaarlijkse evaluatie in maart van algemeen directeur door voorzitter en twee bestuurders
 - bijschaven regels vertrouwelijkheid en deontologie: terugkoppeling naar eigen fractie kan, naar anderen enkel mits overleg met voorzitter of BO
- Vernieuwing van het Bestuursorgaan en de Algemene Vergadering op de vergadering de AV van maart 2026 (volgens de hogergenoemde principes)
- Documenteren van interne financiële processen, zoals aankoop, goedkeuring facturen, opmaak van budgetten en forecasts, rapportering
- Optimaliseren van de rapportering ten behoeve van maandelijkse opvolging, forecasting en budgettering
- Formaliseren van de rol van financiële verantwoordelijke (taken en bevoegdheden) en van de rol van de directieleden met betrekking tot budgetopmaak en -opvolging.
- Jaarplanning met financiële rapportering aan management, auditcomité en Bestuursorgaan.

4. Key Performance Indicatoren (KPI's)

BRUZZ		KPI's Beleidsplan 2026-2030	INDICATOR	BRON	2020	TODAY	TARGET 2030	Delta	
1. BEREIK									
Multimediaal	BRUZZ		Naamsbekendheid	BRUZZ Bereikstudie (Brussel & De rand)	49%	56%	60%	7%	afvallende groei
Multimediaal	BRUZZ		Maandbereik	BRUZZ Bereikstudie (Brussel & De rand)	256.100	324.000	350.000	8%	afvallende groei, ow behoud alle kanalen
Digitaal	Web/app		Unieke bezoekers/maand	Nationaal (2024)	393.316	339.000	500.000	47%	digitale strategie: uitgesproken groei, bijna 10% per jaar
Digitaal	Web/app		Pageviews/maand	Nationaal (2024)	1.681.965	1.840.000	3.000.000	63%	digitale strategie: uitgesproken groei, 10% per jaar
Digitaal	Sociale Media		Volgers (all)*	Cijfers september 2025	55.000	186.000	200.000	8%	afhankelijkheid en verschuivingen externe platformen, lichte groei
Digitaal	Newsletters		Actieve abonnees	BRUZZ (Mailchimp)	12.000	19.000	20.000	5%	stabilisering
Print	BRUZZ Magazine		Aantal lezers per exemplaar	CIM Persstudie	1,8	2,1	2,4	17%	proportionele groei
Print	BRUZZ Magazine		Verspreide oplage	Losse distributie & abonnementen**	51.500	48.500	30.000	-38%	Nieuw distributiemodel magazine
Print	BRUZZ Magazine		Weekbereik	CIM Persstudie	93.700	103.000	72.000	-30%	Nieuw distributiemodel magazine
2. KWALITEIT									
Multimediaal	BRUZZ		Tevredenheidsscore	BRUZZ Waarderingsonderzoek (score op 10)	7,8	8,1	8	-0,1	reeds zeer hoge score, effect besparingen, focus op kwaliteit
Televisie	BRUZZ		Score Nieuwsuitzending	NORtv Waarderingsonderzoek (score op 10)	6,7	7,3	7	-0,3	maatstaf overheid, volatiele resultaten oiv kleine steekproef
3. INKOMSTEN									
Advertising	BRUZZ		Omzet/jaar***	advertenties print, radio, online, televisie	901.100	1.040.000	900.000	-13%	ow behoud kanalen, effect distributiemodel magazine/besparingen
4. OPMERKINGEN									
*Digitaal	BRUZZ Sociale Media		Facebook, Instagram, Instagram ICE, TikTok, Youtube, Whatsapp						
**Oplage	BRUZZ Magazine		18.500 losse distributie, 30.000 abonnementen						
***Advertising	Omzet 2019		2020 atypisch omwille van Corona (645K), 2021 had 1 mio euro						

5. Budget 2026

Het onderstaande budget stemt overeen met het eerste jaar van het meerjarenbudget 2026-2030.

Rijlabels	Som van Budget
A70/74 - Bedrijfsopbrengsten	9.570.540
Publiciteitsinkomsten	991.000
Publiciteitsinkomsten	991.000
71ON - Advertenties Online	151.000
700200 - ADVERTENTIES ONLINE	151.000
71PR - Advertenties Print	551.000
700100 - ADVERTENTIES	551.000
71RA - Advertenties Radio	161.000
700500 - RECLAMESPOTS RADIO	161.000
71TV - Advertenties TV	80.000
700400 - RECLAMESPOTS TV	80.000
71UA - Verkoop Pakketten	48.000
700720 - EVENEMENTSPONSORING PAKKETTEN	48.000
Subsidies en Overige	8.579.540
Subsidies en Overige	8.579.540
72DI - Inkomsten Distributie	255.491
700030 - DISTRIBUTIE PROXIMUS	109.091
700060 - DISTRIBUTIE TELENET	74.400
700065 - DISTRIBUTIE ORANGE	72.000
72OV - Overige Eigen Inkomsten	25.000
700001 - ABONNEMENTEN PRINT	25.000
73VC - Subsidie Vlaamse Gemeenschapscommissie	1.800.735
737100 - SUBSIDIE VLAAMSE GEMEENSCHAPSCOMMISSIE	1.715.580
737130 - SUBSIDIE PROJECTEN VLAAMSE GEMEENSCHAPSCOMMISSIE	85.155
73VG - Subsidie Vlaamse Gemeenschap	6.303.383
737000 - SUBSIDIE VLAAMSE GEMEENSCHAP	6.096.000
737030 - SUBSIDIE PROJECTEN VLAAMSE GEMEENSCHAP	207.383
740OV - Overige en financiële opbrengsten	194.931
740000 - RECUPERATIE MARIBEL	117.735
740100 - RECUPERATIE SOCIAL PROFIT	48.000
740150 - RECUPERATIE BEDRIJFSVOORHEFFING	7.524
740160 - VOORDEEL NATURA RSZ	360
740210 - VOORDELEN IN NATURA	3.084
740300 - Recuperatie Overeenkomst NMBS	16.324
740900 - TERUGBETALING DIENSTWAGEN	3.122
757010 - Betalingsverschil aankoop	-1.218
B60/64 - Bedrijfskosten	-9.610.766
61 - Diensten en diverse goederen	-5.349.131
61_01 Admin	-1.216.563
61AD - Administratie	-412.035
611025 - KANTOORBENODIGDHEDEN	-16.014
611026 - ONDERHOUD KANTOORMATERIAAL	-3.774
611027 - KANTOORINRICHTING	-4.080
611050 - LIDGELDEN	-21.420
611100 - ERELOON BOEKHOUDING	-109.182
611110 - ERELOON SOCIAAL SECRETARIAAT	-26.790
611111 - DIENSTPRESTATIES MAALTIJD-CHEQUES	-6.120
611120 - ERELOON ADVOCaat	-4.080
611130 - ERELOON DIVERSE	-193.800

611200 - REPRESENTATIEKOSTEN	-10.200
611300 - VERGADERKOSTEN	-15.300
611500 - VERZEKERING BESTUURDERS	-1.275
61HU - Huisvesting	-642.299
610000 - HUUR	-366.180
610001 - HUURLASTEN	-112.200
610100 - INRICHTING LOKALEN	-2.040
610200 - ONDERHOUD LOKALEN	-71.400
610201 - ONDERHOUDSPRODUCTEN & HYGIENE	-18.370
610400 - ELEKTRICITEIT/GAS/WATER	-46.099
610500 - VERZEKERINGEN ALGEMEEN	-26.010
61IT - Techniek & IT	-162.229
610211 - Externe medewerkers Techniek	-10.000
611015 - INTERNET	-27.540
611030 - AANKOOP HARDWARE	-2.040
611032 - AANKOOP/ONTWIKKELING SOFTWARE	-36.650
611033 - ONDERHOUD/INSTALLATIE/ASSISTENTIE SOFTWARE	-64.770
623100 - DIENSTVOERTUIGEN	-21.229
61_02 Redactie	-3.927.568
61BC - Beheer Centrale Redactie/Online	-3.275
612180 - CR-ONKOSTEN VASTE REDACTIE AGENDA	-3.275
61BE - Redactie Algemeen - Beheer	-273.764
610300 - TECHNISCH MATERIAAL	-13.260
611010 - VASTE TELEFONIE	-5.140
611011 - MOBILE TELEFONIE	-16.850
611038 - Redactiesysteem	-43.000
611065 - DOMEINNAMEN	-3.309
611070 - ABONNEMENTEN KRANTEN	-8.565
611075 - ABONNEMENT BELGA	-125.000
613000 - ONKOSTEN REDACTIE ALGEMEEN	-1.000
613600 - PARKEERTICKETS	-2.340
614100 - Onderhoud en SLA BRUZZ.BE	-45.300
614520 - CAPTATIES TV	-10.000
61BR - Beheer Radio	-12.800
612350 - DIVERSE RADIO	-3.600
612380 - ONKOSTEN REDACTIE RADIO	-9.200
61CF - Freelance Centrale Redactie	-1.611.907
612210 - CR-FREELANCE REDACTIE UIT - ERELONEN	-1.541.207
612211 - CR-FREELANCE HOOFDREDACTIE	-70.700
61CP - Productie Centrale Redactie	-31.000
611236 - HOSTING CENTRALE REDACTIE	-31.000
61CV - Verkoopkosten Centrale Redactie	-20.000
617003 - COMMISSIE ADVERTENTIES ONLINE	-20.000
61PP - Productie print	-834.152
614000 - DRUK UIT	-350.000
614010 - DRUK ANDERE	-1.000
615100 - POSTABONNEMENTEN ACTUA/UIT	-228.283
615101 - FOLIE & ADRESSERING ACTUA/UIT	-53.336
615110 - PORT BETAALD ACTUA/UIT	-3.360
615130 - Encartage	-11.073

615300 - LOSSE VERSPREIDING ACTUA/UIT	-81.000
615400 - DISPLAYS ACTUA/UIT	-78.000
615500 - BESTELWAGENS DISTRIBUTIE/BUS	-13.500
615520 - Distributie rand	-14.600
61RF - Freelance Radio	-7.600
612315 - VRIJWILLIGERS AVOND- EN WEEKENDPROGRAMMERING RADIO	-7.600
61RP - Productie Radio	-126.070
610202 - ONDERHOUD ZENDINSTALLATIE & CONTROLES	-45.000
611036 - HOSTING	-1.600
611037 - STREAMING	-20.620
614301 - AUTEURSRECHTEN ON AIR RADIO	-37.000
614302 - AUTEURSRECHTEN STREAMING RADIO	-11.500
614310 - BILLIJKE VERGOEDING RADIO	-10.350
61TP - Productie TV	-1.007.000
614500 - FACILITAIRE KOSTEN TV	-635.000
614510 - HUUR MATERIAAL TV	-326.000
614550 - AUTEURSRECHTEN TV	-24.100
614570 - HOSTING TV	-21.900
61_07 Marketing en Distributie	-205.000
61MP - Promotie Marketing & Distributie	-205.000
616550 - DISTRIBUTIE	-205.000
62 - Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen	-4.009.337
62_8 Personeel - Personeel	-4.009.337
620W - Weddes	-2.814.042
620100 - BRUTO LONEN	-2.335.453
620200 - DUBBEL VAKANTIEGELD	-179.666
620240 - EINDEJAARSPREMIE	-198.342
620400 - Premies	-30.000
620500 - MAALTIJDCHQUES	-70.581
621S - Sociale Zekerheid	-1.039.220
621100 - RSZ WERKGEVER	-947.043
621101 - RSZ PENSIOEN BEROEPSJOURNALISTEN	-18.000
621150 - RSZ VOORDELEN IN NATURA	-73.217
621500 - RSZ DIENSTVOERTUIGEN	-960
622V - Verzekeringen	-50.075
622000 - ARBEIDSGENEESKUNDIGE DIENST	-3.815
622100 - VERZEKERING ARBEIDSONGEVALLEN + BA	-14.664
622110 - HOSPITALISATIEVERZEKERING	-18.000
622120 - GROEPSVERZEKERING LEVEN	-9.996
622130 - GROEPSVERZEKERING OVERLIJDEN	-3.600
623P - Andere Personeelskosten	-106.000
623101 - MIVB, NMBS, TEC, De Lijn	-24.000
623350 - CURSUSSEN PERSONEEL	-40.000
623400 - KANTINEKOSTEN	-42.000
630 - Afschrijvingen en waardevermindering op vaste activa	-210.000
630 - Afschrijvingen en waardevermindering op vaste activa	-210.000
63AW - Afschrijvingen en waardeverminderingen	-210.000
630100 - Immateriële vaste activa : Afschrijving	-210.000
64_10OV - Overige bedrijfskosten	-42.298
64_10OV - Overige bedrijfskosten	-42.298
64DB - Diverse bedrijfskosten en -belastingen	-42.298
640000 - BEDRIJFSBELASTINGEN	-42.298
Eindtotaal	-40.226

Kostenposten die niet in aanmerking komen voor de werkingsubsidie

Totale bedrijfskosten excl ruilen:	9.610.766
Loonkosten ivm marketingactiviteiten VBM	353.431
Saldo	9.257.335